



**PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, MOTIVASI
DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI MATARAM
SAKTI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

MOCHAMAD NOOR SYAFARUDIN

NIM. 2011-11-086

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

**PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, MOTIVASI
DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA DI MATARAM SAKTI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2014

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Drs. H. TAUFIK, MS, MM
NIP. 19500411 198003 1 001

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
NIS. 0610702010101022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam syurga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya.

(Q.S. Al-Furqaan; 75)

Barang siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya dan bertaqwa kepada-Nya, maka mereka adalah orang-orang yang mendapat kemenangan.

(QS. An-Nuur ayat 52)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua Orangtuaku
2. Saudara-saudaraku
3. Teman-teman
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI MATARAM SAKTI KUDUS”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Drs. H. Taufik, MS, MM, Dosen pembimbing I yang telah membimbing selama proses bimbingan skripsi selama ini.
3. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM, Dosen pembimbing II yang juga telah membimbing selama proses bimbingan skripsi selama ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk bersedia membantu pengisian kuesioner dalam penelitian.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai.

7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat Amin.

Kudus, 2014

Penulis

Mochamad Noor Syafarudin
NIM. 2011-11-086

ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2014

- A. Nama Penyusun : Mochamad Noor Syafarudin
- B. Judul Skripsi : **PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI MATARAM SAKTI KUDUS**
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 73, Tabel 18, Gambar 3
- D. Ringkasan :

Perusahaan Dealer Mataram Sakti yang menjual produk Yamaha perlu bagi Yamaha untuk menyadari bahwa selisih penjualan antara Honda dan Yamaha sangat tipis, sehingga Honda setiap saat dapat merebut pangsa pasar yang selama ini dimiliki oleh Yamaha. Persaingan produk sepeda motor semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya, mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen agar bersedia membeli produk-produk mereka. Ketika suatu perusahaan mengalami penurunan pangsa pasar, akan terjadi penurunan laba yang didapat akibat berkurangnya konsumen yang memakai produk mereka. Disadari atau tidak, perusahaan yang mampu menguasai pasar adalah perusahaan yang akan mendapatkan keuntungan lebih banyak.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah variabel pelayanan purna jual, motivasi dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti Kudus baik secara parsial berganda. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelayanan purna jual, motivasi dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari pelayanan purna jual, motivasi konsumen, dan sikap konsumen. Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Jenis dan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini adalah 58 responden, Pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Uji instrumen melalui uji validitas, dan reliabilitas. Pengolahan data menggunakan scoring, editing, tabulasi, dan proses input data ke komputer. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik meliputi analisis regresi berganda, pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F), dan analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

Pengaruh variabel pelayanan purna jual, motivasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen produk sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti dengan menggunakan Analisis Regresi dengan uji t test (parsial) dan uji F test (simultan) diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen yang terdiri dari pelayanan purna jual, motivasi, dan sikap terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti Kudus karena pelayanan purna jual memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,775, motivasi konsumen memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,368, sikap konsumen memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,042 dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai t_{hitung} > dari nilai t_{tabel} sebesar 1,674, dan tingkat signifikan di bawah 0,05.
- 5.1.2. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu: pelayanan purna jual, motivasi konsumen, sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti Kudus yang didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 159,786 dan F_{tabel} sebesar 2,776 dan memiliki nilai signifikan di bawah 0,05, sedangkan kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen memberikan kontribusi sebesar 89,3%, sisanya 10,7%.
- 5.1.3. Variabel pelayanan purna jual yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Mataram Sakti Kudus dengan koefisien regresi sebesar 0,450. Sedangkan variabel yang paling rendah pengaruhnya adalah motivasi konsumen yakni sebesar 0,146, pengaruh rendah dari hasil pertanyaan variabel motivasi pada butir motivasi dari kemudahan reparasi dimana 32,8% menyatakan ragu-ragu.

E. Daftar buku yang digunakan : 19 (tahun 2004-2011).

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| RINGKASAN / ABSTRAKSI | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 4 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian | 6 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1. Pelayanan Purna Jual | 7 |
| 2.1.1. Pengertian Pelayanan Purna Jual | 7 |
| 2.1.2. Tujuan Layanan Purnal Jual | 9 |
| 2.1.3. Dimensi Faktor Layanan Purna Jual | 10 |
| 2.1.4. Indikator Pelayanan Purna Jual | 10 |
| 2.2. Motivasi Konsumen | 11 |
| 2.2.1. Pengertian Motivasi Konsumen | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.2. Teori Motivasi Konsumen | 12 |
| 2.2.3. Dimensi Motivasi Konsumen | 13 |
| 2.2.4. Indikator Motivasi Konsumen | 16 |
| 2.3. Sikap Konsumen | 16 |
| 2.3.1. Pengertian Sikap Konsumen | 16 |
| 2.3.2. Ciri-ciri Sikap Konsumen | 17 |
| 2.3.3. Fungsi Sikap | 18 |
| 2.3.4. Komponen-Komponen Sikap | 19 |
| 2.3.5. Indikator Sikap Konsumen | 20 |
| 2.4. Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.4.2. Proses Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.4.3. Indikator Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 36 |
| 2.6. Kerangka Pemikiran | 31 |
| 2.7. Hipotesis | 32 |
| BAB. III. METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 33 |
| 3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 33 |
| 3.2.1. Variabel Independen | 34 |
| 3.2.2. Variabel Dependen | 35 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.3.1. Ukuran Populasi | 36 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data | 38 |

| | Halaman |
|---|-----------|
| 3.5. Metode Pengumpulan Data | 39 |
| 3.5.1. Kuesioner | 39 |
| 3.6. Uji Instrumen Data | 40 |
| 3.6.1. Uji Validitas | 40 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.7. Pengolahan Data | 41 |
| 3.8. Analisis Data | 42 |
| 3.8.1. Analisis Deskriptif | 42 |
| 3.8.2. Analisis Kuantitatif | 43 |
| 3.8.2.1. Analisis Regresi | 43 |
| 3.8.2.2. Uji Hipotesis | 43 |
| 3.8.2.3. Koefisien Determinasi (R^2) | 43 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 47 |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 47 |
| 4.1.1. Sejarah Yamaha Mataram Sakti Kudus | 47 |
| 4.1.2. Visi dan Misi Yamaha Mataram Sakti Kudus | 48 |
| 4.2. Uji Instrumen Data | 48 |
| 4.2.1. Uji Validitas | 49 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 52 |
| 4.3. Penyajian Data | 53 |
| 4.3.1. Identitas Responden | 53 |
| 4.3.2. Deskriptif Variabel Penelitian | 56 |
| 4.4. Analisis Data | 62 |
| 4.4.1. Analisis Regresi | 62 |

| | |
|--|----|
| 4.4.2. Uji Hipotesis | 64 |
| 4.4.2.1. Uji t (Uji Parsial) | 64 |
| 4.4.2.2. Uji F test (berganda) | 65 |
| 4.4.3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>) | 66 |
| 4.5. Pembahasan Pengaruh Pelayanan Purna Jual, Motivasi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen | 67 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 70 |
| 5.1. Kesimpulan | 70 |
| 5.2. Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 27 |
| 3.1. Data Pembelian pada Tahun 2013 | 37 |
| 3.2. Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup | 40 |
| 4.1. HASil Perhitungan Validitas Variabel Pelayanan Purna Jual | 49 |
| Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3) | 68 |
| 4.2. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Motivasi Konsumen . | 50 |
| 4.2. Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen | 68 |
| 4.3. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Sikap Konsumen | 51 |
| 4.4. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Keputusan Pembelian. | 52 |
| 4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas | 53 |
| 4.6. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 54 |
| 4.7. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| 4.8. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan | 55 |
| 4.9. Frekuensi Variabel Pelayanan Purna Jual (X_1)..... | 57 |
| 4.10. Frekuensi Variabel Motivasi (X_2) | 58 |
| 4.11. Frekuensi Variabel Sikap Konsumen (X_3) | 59 |
| 4.12. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 61 |
| 4.13. Definisi Variabel | 62 |
| 4.14. Hasil Analisa Regresi | 63 |
| 4.15. Hasil Analisis Parsial (Dengan Signifikansi $\alpha = 5\%$ uji satu sisi) | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1. Model Proses Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran | 31 |
| 2.2. Penerapan Hasil Kerangka Pemikiran Pengaruh Pelayanan Purna Jual, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian..... | 69 |

